

---

**Solucionario de**

# ejercicios de autoevaluación



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 1

1. El conjunto de compradores reales y potenciales de un producto que comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio, se denomina:
  - a. Mercado.
  - b. *Marketing*.
  - c. Mercadotecnia.
  - d. Variables *mix*.
  
2. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: “El *marketing* consiste en satisfacer las necesidades de los consumidores de la forma más rentable”.
  - Verdadero
  - Falso
  
3. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: “Los elementos del mercado son tres: la demanda, la oferta y la competencia”.
  - Verdadero
  - Falso
  
4. Aquellas características de tipo físico, químico y técnico que hacen que un producto sea útil y apropiado para su uso y la satisfacción de una necesidad, reciben el nombre de:
  - a. Marca.
  - b. Calidad.
  - c. **Núcleo.**
  - d. Todas las opciones son incorrectas.

5. La característica de los servicios que hace que ningún servicio sea igual a otro, se denomina:

- a. Intangibilidad.
- b. Heterogeneidad.**
- c. Inseparabilidad.
- d. Todas las opciones son correctas.

6. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: "El comportamiento de compra es la forma en que los consumidores finales adquieren productos y servicios para el consumo personal".

- Verdadero
- Falso

7. El conjunto de individuos y organizaciones involucradas en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor, recibe el nombre de:

- a. Competencia.
- b. Precio.
- c. Canal de distribución.**
- d. Competidor.

8. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: "Hoy en día no es necesario estudiar el comportamiento de compra del cliente, puesto que existe numerosa información y datos suficientes para predecir sus hábitos y necesidades".

- Verdadero
- Falso

9. El conjunto de herramientas y actividades que se utilizan para comunicar los beneficios y ventajas del producto con el objetivo de atraer y convencer a los clientes para la adquisición del producto, recibe el nombre de:

- a. Ofertas.
- b. Relaciones públicas.

- c. Publicidad.
- d. **Promoción.**

10. ¿Por qué se dice que el plan de *marketing* tiene como objetivo controlar?

- a. Porque recoge por escrito las estrategias, tácticas y líneas de actuación que se han de seguir para el cumplimiento de los objetivos marcados en el tiempo.
- b. **Porque establece estándares de desempeño mediante los cuales se puede evaluar el progreso de cada división o producto.**
- c. Porque limita las responsabilidades, tareas, recursos y actividades de cada área y empleado en un espacio de tiempo concreto, facilitando que estas tareas sean puestas en práctica de la forma más eficiente y eficaz posible.
- d. Ese no es un objetivo del plan de *marketing*, su único objetivo es servir de guía y orientación para la acción.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 2

1. El conjunto de acciones y estrategias que emplea los sistemas de comunicación telemáticos para el alcance de los objetivos de *marketing*, recibe el nombre de:

- a. Estrategia de *marketing*.
- b. *Marketing mix*.
- c. 4 P.
- d. **Marketing digital.**

2. El documento escrito que recoge los objetivos, planificación estratégica y acciones de *marketing* aplicado a los medios interactivos, cuyo objetivo es plasmar el desarrollo de las estas acciones para evaluar el alcance de los objetivos, recibe el nombre de:

- a. Plan de empresa.
- b. Plan estratégico.
- c. **Plan de marketing digital.**
- d. Todas las opciones son correctas.

3. El proceso de individualización y adaptación de los productos y servicios a los gustos y necesidades de los clientes con el objetivo de que el consumidor identifique el producto y este sea posicionado en su mente sobre los competidores, recibe el nombre de:

- a. **Personalización.**
- b. Digitalización.
- c. Distribución *online*.
- d. Segmentación.

4. La estrategia de fijación de precio basada en elección del precio en base a cifras próximas a un número redondo pero sin llegar a este, se denomina:

- a. Separación de gastos.
- b. **La regla del nueve.**
- c. Ofertas.
- d. Gastos incluidos.

5. La estrategia basada en la duplicación del coste del producto se denomina:

- a. Precio de venta *Keystone*.
- b. Precio exclusivo.
- c. Precio de venta múltiple.
- d. Gastos incluidos.

6. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: "El social E-commerce consiste en la venta de productos a través de las redes sociales".

- Verdadero
- Falso

7. El lanzamiento de ofertas de duración limitada que persiguen generar la sensación de escasez que persuade a los clientes la compra del producto, se denomina:

- a. *Two step e-distribution*.
- b. *Apps*.
- c. *E-commerce* dedicado.
- d. ***Flash sale***.

8. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: "La economía de escala se alcanza únicamente a través de la venta directa y no a través de la venta indirecta".

- Verdadero
- Falso

9. Una diferencia muy importante en la variable precio en el comercio online es que en este existe la posibilidad para el consumidor de...

- a. ... que la empresa haga un descuento si tarda mucho en decidirse y deja el producto al menos una semana en el carrito.
- b. ... optar a diferentes tipos de tarifas en función del volumen de compra.
- c. ... **comparar el mismo producto en cientos de páginas.**
- d. No existe ninguna diferencia.

10. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: "En el comercio electrónico no es frecuente la aplicación de descuentos, debido al elevado número de intermediarios en el proceso comercial".

- Verdadero
- Falso



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 3

1. La herramienta de comunicación online utilizada por las empresas que necesitan realizar un envío masivo de correos electrónicos a un conjunto de contactos que potencialmente están interesados en el producto, recibe el nombre de:
  - a. **Campaña de e-mail marketing**
  - b. *Marketing online*
  - c. CRM
  - d. Todas las opciones son correctas.
  
2. El *banner* que adopta una forma rectangular y vertical y generalmente se inserta al lado de artículos o noticias para que se visualice al leer dicha información, recibe el nombre de:
  - a. Rascacielos
  - b. Medio *banner*
  - c. **Robapáginas**
  - d. *Banner* reducido
  
3. El *banner* que aparece mientras que la página que busca el usuario se carga y que ocupa la inmensa mayoría de la ventana del navegador se denomina:
  - a. Botón
  - b. **Cortinilla**
  - c. *Click through*
  - d. *Landing page*
  
4. En el *marketing* de asociados, los afiliados obtienen una comisión cuando el usuario entra en su página web y realiza la acción determinada previamente, que consiste en:
  - a. Pulsar sobre un enlace.
  - b. Complimentar un formulario de registro.
  - c. Realizar una compra.
  - d. **Todas las opciones son correctas.**

5. El tipo de anuncio clasificado que aglutina en una web a particulares que compran y venden artículos a través de subasta y cuyo precio no permanece fijo, se denomina:

- a. Sitio de subasta.
- b. Portales verticales.
- c. Buscador de productos.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

6. La medida utilizada en publicidad para calcular el costo relativo del anuncio de una campaña o el mensaje transmitido dentro de un medio y que se calcula dividiendo el costo del anuncio realizado entre el número de impresiones (expresado en miles) que se generan, se denomina:

- a. CPC.
- b. CRM.
- c. Coste por mil impresiones.
- d. Todas las opciones son correctas.

7. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: "El CRM es únicamente un *software* que permite la gestión de la relación con el cliente".

- Verdadero
- Falso

8. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: "Los boletines electrónicos son generados y distribuidos por las empresas y organizaciones sobre temas que interesan a su público objetivo o sobre sus propios productos o servicios y no es necesario que tengan una periodicidad fijada".

- Verdadero
- Falso

9. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: “El CRM (*Customer Relationship Management*), también denominado la gestión de las relaciones con el cliente, es un modelo de gestión basado en la orientación al cliente cuya estrategia está centrada no solo en el producto o servicio, sino también en la personalización de la atención y la calidad”.

- Verdadero
- Falso

10. Entre las funciones que cumple el CRM se encuentra:

- a. Balance y cuenta de pérdidas y ganancias.
- b. Análisis de campañas de *marketing*.**
- c. Recursos humanos.
- d. Todas las opciones son correctas.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 4

1. La usabilidad de una página web se refiere a:

- a. Lo útil que puede llegar a ser el contenido de su información para la vida de los usuarios.
- b. La facilidad de uso ofrecida en la web relativa a la lectura, búsqueda de información y presentación de los menús de forma que sea manejable para el usuario.**
- c. El tiempo mínimo que es necesario esperar hasta que se carga la información de una web.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

2. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: “El diseño responsive consiste en la adaptación de las páginas web a cualquier tipo de dispositivo, como teléfonos móviles, tablets u ordenadores portátiles; de forma que la web sea visible y navegable con independencia del dispositivo que se utilice”.

- Verdadero
- Falso

3. La herramienta de producción empleada con medios digitales que permite que cualquier usuario comparta información en los canales digitales, recibe el nombre de:

- a. Narrativa digital.**
- b. Estilo narrativo.
- c. *Podcast*.
- d. Todas las opciones son correctas.

4. Aquella web que puede ser de carácter personal o corporativo, estructurada de forma cronológica con una constante actualización y dedicada a un tema específico que permite la interacción con los seguidores, recibe el nombre de:

- a. App
- b. Infografía
- c. Cómic
- d. Blog**

5. ¿Para qué sirve la tecnología NFC?

- a. Como medio de pago.
- b. Para el acceso a la información de productos y servicios de una empresa.
- c. Para la creación de campañas de fidelización.
- d. Todas las opciones son correctas.**

6. ¿Qué otro nombre recibe el posicionamiento *online*?

- a. WPO
- b. NFC
- c. SEO**
- d. Tiempo de carga.

7. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: "El *hosting* es el servidor que almacena los archivos y documentos a los que es posible acceder a través de la conexión a internet y no influye ni condiciona la velocidad de carga de la misma".

- Verdadero**
- Falso

8. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: "El uso de juegos empleado por las empresas para transmitir contenidos e ideas de sus productos o servicios se denomina gamificación".

- Verdadero**
- Falso

9. El medio que permite la presentación del contenido complejo y extenso de forma más simple a través de imágenes y esquemas que facilitan la comprensión y entendimiento del contenido, se denomina:

- a. *Widget*
- b. Infografía**
- c. Blog
- d. *App*

10. Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: “La velocidad de carga de la web también recibe el nombre de Web Performance Optimiztion (WPO)”.

- Verdadero
- Falso

